

## ABSTRAK

**Irma Risdiani (1158020153): “Pengaruh Desain dan Pengembangan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengunjung Distro Rattle Kidd Bandung)”**

Saat ini perkembangan zaman dari gaya hidup adalah cara seseorang berpakaian, dimana cara berpakaian dari tahun ke tahun teruslah berkembang dan berubah-ubah sesuai dengan perkembangan dan tren yang terjadi dimasyarakat. Dengan semakin ketatnya distro di Kota Bandung maka para pengusaha semakin ditantang untuk bisa mengeluarkan desain dan mengembangkan produknya. Desain dan pengembangan produk merupakan bagian dari strategi pemasaran yang akan menjadi salah satu cara paling efektif untuk mendiferensiasikan dan memposisikan produk distro itu sendiri. Penelitian bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian, (2) pengaruh pengembangan produk terhadap keputusan pembelian, (3) pengaruh desain dan pengembangan produk terhadap keputusan pembelian.

Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Distro Rattle Kidd Plaza Parahyangan Bandung yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini teknik *nonprobability sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Alat yang digunakan untuk melakukan analisis data adalah program SPSS versi 20.0 yaitu *software* statistik yang sering digunakan dalam penelitian kuantitatif.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, menunjukan pengaruh desain dan pengembangan produk terhadap keputusan pembelian Distro Rattle Kidd sebesar 36,4% sedangkan sisanya 63,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya dalam pengujian hipotesis secara simultan (Uji F), maka didapat hasil yaitu secara simultan variabel desain produk dan pengembangan produk berpengaruh dan signifikan dengan hasil  $F_{hitung} 27,698$   $F_{tabel} 3,09$ . Secara parsial (Uji t) variabel desain produk berpengaruh dan signifikan dengan hasil  $t_{hitung} 3,107 > t_{tabel} 1,984$  dengan signifikan 0,002, variabel pengembangan produk berpengaruh dan signifikan dengan hasil  $t_{hitung} 4,773 > t_{tabel} 1,984$  dengan signifikan 0,000.

**Kata Kunci : Desain Produk, Pengembangan Produk, Keputusan Pembelian.**